



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“MANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE CUENCA”

Tesis de Grado previo a la obtención del
Título de Ingeniera Comercial.

Autores:

Mónica Margoth Guzmán Niveló

Sandra Lorena Peralta Zhucozhañay

Director:

Ing. Genaro Peña Cordero

CUENCA – ECUADOR

2012



AGRADECIMIENTO

Primeramente a Dios por haberme guiado por el buen camino y a mis padres por su apoyo sincero e incondicional, además al Ing. Genaro Peña por su ayuda en el desarrollo de esta tesis.

MÓNICA

A Dios por haberme iluminado y guiado durante mi vida estudiantil y mi mamá por su apoyo incondicional.

LORENA



DEDICATORIA

A mis padres y hermanos, por su gran ejemplo de superación y su apoyo valioso en todo momento.

A mi princesa Daniela que es mi razón de superación y vida, a mi esposo por su apoyo e impulso a seguir adelante.

MÓNICA

A mis Padres y a mi Abuelita, por su apoyo y comprensión, pero sobre todo haberme enseñado a hacer frente a las adversidades de la vida y brindarme día a día una dosis de su amor.

LORENA



RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial es una ventaja competitiva, es una forma de gestión con la que las empresas pueden operar de manera sustentable tanto en lo económico, social y ambiental, esta tesis tiene la finalidad de realizar un manual de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para el aprovechamiento sostenible de las PYMES de la ciudad de Cuenca. Considerando que actualmente en el Ecuador el 65% de las Empresas Privadas realizan acciones de RS y las Entidades Gubernamentales en un 78%, tomando en cuenta además que el 90% de las empresas destinó menos del 1% de sus ventas a acciones relacionadas con Responsabilidad Social.

Para la elaboración de este trabajo se ha definido claramente que es la RSE y cuales son sus dimensiones o Stakeholders, además de un contexto general de las pymes de la ciudad de Cuenca sobre la aplicación de la RSE.

En este manual se describe primeramente como estructurar la misión, visión y valores en torno a la RSE, luego se tiene la descripción y prácticas de RSE en cada una de las dimensiones, seguidamente de un diseño para el diagnóstico de la empresa en relación a la RSE para de esta manera poder desarrollar actividades o planes de acción para corregirlos o mejorarlos.

Finalmente, se presentan las conclusiones a las que se llegó luego de haber finalizado el trabajo, además de las recomendaciones pertinentes para esta propuesta.



ABSTRACT

Corporate Social Responsibility is a competitive advantage because is a way of management. Companies can operate in a sustainable, social, and environmental way; this thesis has the purpose to make a manual of Social Responsibility for the advantage of the pymes in Cuenca City. Nowadays, there is a 65% of private Enterprises that apply Social responsibility, while Public Entities have a 78%. Moreover, there is a 90% of the Enterprises that applied a 1% of their sales to Social Responsibility.

To make this research project, it should be defined clearly what the RSE is, as well as its dimensions at Stakeholders. This work also gives a general context of the application of the RSE in Cuenca city.

This manual also describes on how to structure the mission, vision, and values that belong to the RSE. There is also a description of the activities of the RSE in each one of the dimensions which is followed by a design, and diagnostic of the Enterprise. All of these proposals are related to the RSE in order to develop activities and plans of action with the purpose of improving and correcting them.

Finally, it is described the conclusions and recommendations that are related to this research project.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
-------------------	---

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. DEFINICIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	2
1.2. ISO 26000 – 2010 RESPONSABILIDAD SOCIAL.....	2
1.3. MISIÓN.....	3
1.4. VISIÓN.....	4
1.5. VALORES.....	4
1.6. DIVERSIDAD.....	4
1.7. CONSUMO SUSTENTABLE.....	4
1.8. SOSTENIBILIDAD O SUSTENTABILIDAD.....	5

CAPITULO II

CONTEXTO GENERAL DE LAS PYMES EN LA CIUDAD DE CUENCA.....	6,7
-----------------------------------------------------------	-----

CAPITULO III

IMPORTANCIA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE EN LAS PYMES.....	8
--------------------------------------------------------------	---

CAPITULO IV

DETERMINACIÓN DE LA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LAS EMPRESAS EN TORNO A LA RSE.....	9
-------------------------------------------------------------------------------------	---



CAPITULO V

MANUAL DE IMPLEMENTACIÓN DE RSE: DIMENSIONES DE LA RSE

5.1. INTRODUCCIÓN.....	10
5.2. PÚBLICO INTERNO.....	11
5.3. PROVEEDORES.....	17
5.4. CLIENTES.....	20
5.5. MEDIO AMBIENTE.....	24
5.6. COMUNIDAD.....	28

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES.....	31
6.2. RECOMENDACIONES.....	32
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	33

ANEXO DISEÑO DE LA TESIS

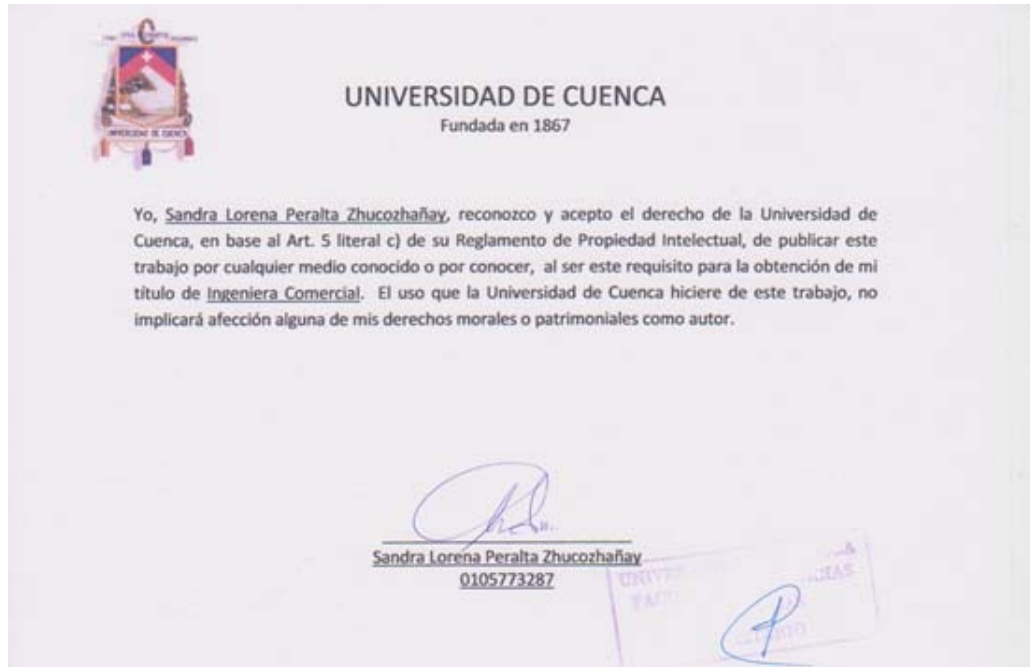


UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS





UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS





UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Nosotras, Mónica Margoth Guzmán Niveló y Sandra Lorena Peralta Zhucoshañay, reconocemos y aceptamos el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de nuestro título de Ingeniera Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

MÓNICA MARGOTH GUZMÁN N.
1400590897

SANDRA LORENA PERALTA ZH.
0105773287

Nosotras, Mónica Margoth Guzmán Niveló y Sandra Lorena Peralta Zhucoshañay, certifican que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de sus autoras

MÓNICA MARGOTH GUZMÁN N.
1400590897

SANDRA LORENA PERALTA ZH.
0105773287



INTRODUCCIÓN

En la actualidad uno de los temas de gran importancia para las empresas es la Responsabilidad Social Empresarial, ya que este surge como consecuencia de los cambios que acontecen en el entorno económico, es por esto que los empresarios están cada vez más convencidos de que el éxito y supervivencia no se obtiene únicamente con la maximización de los beneficios sino con un comportamiento socialmente responsable tanto en el ámbito interno como externo, es decir asumiendo sus responsabilidades en cuanto a impactos sociales y medioambientales.

El modelo tradicional empresarial donde el objetivo principal era la creación de valor para el accionista, se está sustituyendo por este nuevo modelo socioeconómico en donde la mayor importancia radica en la Responsabilidad Social Empresarial que permitirá crear valor para la sociedad en general, especialmente para sus grupos de interés (Proveedores, Clientes, Medio ambiente, Comunidad, Público Interno). Además es necesario recalcar que en los últimos años se han dado a conocer proyectos de alcance social desde la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) permitiendo de esta forma que la Responsabilidad Social Empresarial se convierta en un punto de referencia para el desarrollo y crecimiento de los países a nivel empresarial.

Con este trabajo se pretende fomentar, apoyar y además contribuir el desarrollo sostenible a nivel de Responsabilidad Social Empresarial de las pequeñas y medianas empresas, permitiéndoles a las mismas obtener mayor competitividad, productividad y acceso a nuevos mercados consiguiendo así permanencia y sustentabilidad a largo plazo.



CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de este trabajo se utilizarán los siguientes conceptos.

1.9. Definición de Responsabilidad Social Empresarial.

“Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”¹

“Es una nueva forma de gestión, con cual las empresas y organizaciones operan en forma sustentable en lo económico, social y ambiental, reconociendo los intereses de distintos públicos con los que se relaciona, como los accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores, los clientes, considerando el medio ambiente y las generaciones futuras.”²

"Es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales".³

1.10. ISO 26000 – 2010 Responsabilidad Social

La Norma ISO 26000:2010 hace énfasis en que el desempeño de una organización con la sociedad y con su impacto con el medio ambiente

¹Unión Europea, Libro Verde 2001

² CERES, Consocio Ecuatoriano para la Responsabilidad Social, www.redceres.org

³Instituto ETHOS de Empresas y Responsabilidad Social



será una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para operar de manera eficaz.

ISO 26000:2010 proporciona orientación sobre los Principios y Materias Fundamentales de Responsabilidad Social que ayudan a integrar un comportamiento socialmente responsable en cualquier organización del sector privado, público y sin fines de lucro, independientemente si son grandes, medianas o pequeñas y operan en países desarrollados o en países en desarrollo. Los asuntos y/o capítulos que presenta la Norma ISO 26000:2010 a través de su índice son los siguientes:

- 1.- Objetivo y Campo de aplicación
- 2.- Términos y definiciones
- 3.- Comprender la Responsabilidad Social
- 4.- Principios de la Responsabilidad Social
- 5.- Reconocer la Responsabilidad Social e Involucrarse con las partes interesadas
- 6.- Orientación sobre Materias Fundamentales de Responsabilidad Social
- 7.- Orientación sobre la Integración de la Responsabilidad Social en toda la Organización

1.11. Misión

Es una declaración duradera de los objetivos que distinguen a una de otras similares. Es un compendio de la razón de ser de una empresa esencial para determinar objetivos y formular estrategias. También se llama declaración de credo, de propósitos, de filosofía, de creencias, de principios empresariales o declaración “definiendo nuestra empresa”.



Una formulación de misión muestra una visión a largo plazo de una empresa en términos de que sugiere ser y a quien desea servir. Describe el propósito, los clientes, los productos, los servicios, los mercados, la filosofía y la tecnología básica de una empresa.⁴

1.12. Visión

Forma en que se percibe el futuro de una organización y representación de una imagen de ésta como se espera que sea en el futuro. La visión proporciona los objetivos de una organización a corto, mediano y largo plazo.⁵

1.13. Valores

Representan convicciones básicas de que ***“un modelo específico de conducta o estado final de existencia es personal o socialmente referible a un modo de conducta o estado final de existencia opuesto”***.⁶ Contienen un elemento de juicio en el que transmite las ideas de un individuo como lo que es correcto, bueno o deseable.⁷

1.14. Diversidad

Habla del grado de diferencias humanas básicas que existen en una población determinada.⁸

⁴Estela García S. y María Lourdes Valencia V., Planeación Estratégica, 2007, Pág. 16

⁵Idalberto Chiavenato, Comportamiento Organizacional, 2004, Pág. 677

⁶M. Rockach, The Nature of Human Values (Nueva York: Free Press, 1973) Pág. 5

⁷Stephen P. Robbins, Comportamiento Organizacional, Octava Edición, Pág. 132

⁸Idalberto Chiavenato, Comportamiento Organizacional, 2004, Pág. 55



1.15. Consumo Sustentable

Se definió en Oslo como: ***"El uso de bienes y servicios que responden a necesidades básicas y proporcionan una mejor calidad de vida, al mismo tiempo que minimizan el uso de recursos naturales, materiales tóxicos y emisiones de desperdicios y contaminantes sobre el ciclo de vida, de tal manera que no se ponen en riesgo las necesidades de futuras generaciones".***⁹

1.16. Sostenibilidad o sustentabilidad

El desarrollo sostenible es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.¹⁰

⁹<http://www.ambiente.gob.ec>

¹⁰ <http://www.oei.es>



CAPITULO II

CONTEXTO GENERAL DE LAS PYMES EN LA CIUDAD DE CUENCA.

La responsabilidad Social Empresarial se basa tanto en la actuación ética, transparente y responsable de la empresa, así como en la visión de sostenibilidad de largo plazo de la misma.

Según el primer informe (2008) sobre la situación de Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador el 90% de las empresas destinó menos del 1% de sus ventas a acciones relacionadas con Responsabilidad Social (RS). El 65% de las Empresas Privadas realizan acciones de RS en forma directa, sin que intermedie organización alguna y las Entidades Gubernamentales en un 78%. A pesar de que el 73% de las empresas tienen un conocimiento alto y muy alto de la RS, en tanto que en las entidades gubernamentales esta percepción alcanza un 89% y en las organizaciones de la sociedad civil el 93%.

El 46% de las empresas encuestadas asocian este conocimiento con el desarrollo de los trabajadores, en tanto que las entidades públicas y las organizaciones de la sociedad civil lo asocian con actividades sociales en beneficio de la comunidad en un 41% y un 36% respectivamente. Un elemento interesante de notar es que cerca del 70% de los empresarios estiman que el grado de implementación de la RS en la empresa ecuatoriana es bajo.



El programa CreEcuador del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad con el objetivo de impulsar una cultura de responsabilidad social en los empresarios mediante un reconocimiento a las empresas comprometidas con el cumplimiento de las 4 éticas empresariales (Ética con los Trabajadores, Ética con la Comunidad, Ética con el Estado y Ética con el Medio Ambiente) presenta los Sellos Hace Bien que tiene como objetivo reconocer a las empresas que cumplen con las disposiciones legales y normativas que regulan las cuatro éticas empresariales y han incorporado un componente de buenas prácticas empresariales y Hace Mejor tiene por objetivo el reconocimiento a las empresas que han incorporado a su gestión empresarial altos estándares de buenas prácticas en los aspectos relativos a las cuatro éticas empresariales.

En la ciudad de Cuenca al momento no cuenta con un estudio específico de cual es la situación de Responsabilidad Social Empresarial en las pymes. En la actualidad muchas de la pymes en Cuenca realizan prácticas de Responsabilidad Social pero no cuentan con un sistema estratégico de implementación de la RS en sus empresas, y muchas de ellas asocian la RSE con una estrategia de marketing, más que como un modelo de gestión integral del negocio.

La Agencia Cuencana para el Desarrollo e Integración Regional (ACUDIR) constituida como un espacio de diálogo entre los actores públicos y privados para impulsar el desarrollo económico, sustentable, equitativo e inclusivo de Cuenca y la Región Austral, con el fin de lograr un sector productivo dinámico y competitivo, realiza capacitaciones a empresarios de la localidad sobre buenas prácticas y estrategias de RS, para que de esta manera puedan implementarlas en cada una de sus empresas.



Fundación AVINA esta realizando un nuevo estudio de la situación de RS en el Ecuador para ver como ha evolucionado desde el 2008 hasta la actualidad, este informe de dará a conocer en le mes de mayo del 2012.

Para el desarrollo de este contexto se tomo información de:¹¹

11

- <http://www.ideinvestiga.com>(Informe 2008 Síntesis del Estudio sobre la situación de Responsabilidad Social en el Ecuador)
- <http://creecuador.com.ec>
- Agencia Cuencana para el Desarrollo e Integración Regional (ACUDIR)
- Fundación AVINA



CAPITULO III

IMPORTANCIA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RSE EN LAS PYMES.

Durante los últimos años la responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha sido objeto de creciente interés por parte de varias organizaciones empresariales, así como también del Gobierno y Organismos Internacionales, considerando que mediante un conjunto de prácticas de RSE se puede lograr un desarrollo equilibrado entre retorno y desarrollo económico social de las empresas.

Es por esto que en las pequeñas y medianas empresas se debe incorporar la RSE como una herramienta de primer orden que puede contribuir al desarrollo y sostenibilidad de las mismas en el mediano y largo plazo. Además las Pymes tienen un rol clave como generadoras de riqueza, empleo y provisión bienes y servicios para la comunidad, por lo que deben responder a los distintos estándares de calidad.

Por lo que es de gran importancia generar políticas e iniciativas que contribuyan a elevar la competitividad empresarial de este sector, en miras del desarrollo social y económico de la ciudad.



CAPITULO IV

DETERMINACIÓN DE LA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LAS EMPRESAS EN TORNO A LA RSE

Para la implementación de prácticas de RSE es importante definir la misión, visión y valores orientados a quehacer de las empresas bajos los principios de RSE.

La **misión** que establezcan las empresas debe incorporar no sólo resultados financieros óptimos sino que además integre valores que reflejen un compromiso económico, social y ambiental para el desarrollo sostenible de la empresa.

La **visión** definida bajo el enfoque de RSE debe reflejar las aspiraciones de las empresas relacionadas con su contribución y compromiso con el desarrollo de las personas y la comunidad.

Finalmente, los **valores** deben ser establecidos dentro de un marco ético que permita transparencia tanto interna como externamente.



CAPITULO V

MANUAL DE IMPLEMENTACIÓN DE RSE: DIMENSIONES DE LA RSE

5.1. INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial renueva la concepción de la empresa, que daba mayor relevancia al desempeño financiero en el que solamente se preocupaban de las utilidades obtenidas, sino que ahora se incorpora la triple faceta de la sostenibilidad: económicamente viable, socialmente responsable y medioambientalmente consiente.

Actualmente debido a los cambios culturales que se vienen dando en nuestra sociedad se esta dando mayor importancia a las actuaciones sociales, económicas y ambientales en el que los distintos grupos de interés son el centro de atención esencial para la gestión.

Es por esto que un modelo de gestión empresarial debe considerar estos temas que anteriormente no eran considerados como relevantes, mediante herramientas de evaluación que permitan analizar la gestión de una manera más amplia, ya que hoy en día son los principales para el obtener mejores resultados empresariales.

Este manual contempla cinco dimensiones de Responsabilidad Social Empresarial, consideradas las más importantes para el desarrollo sostenible de las pequeñas y medianas empresas.

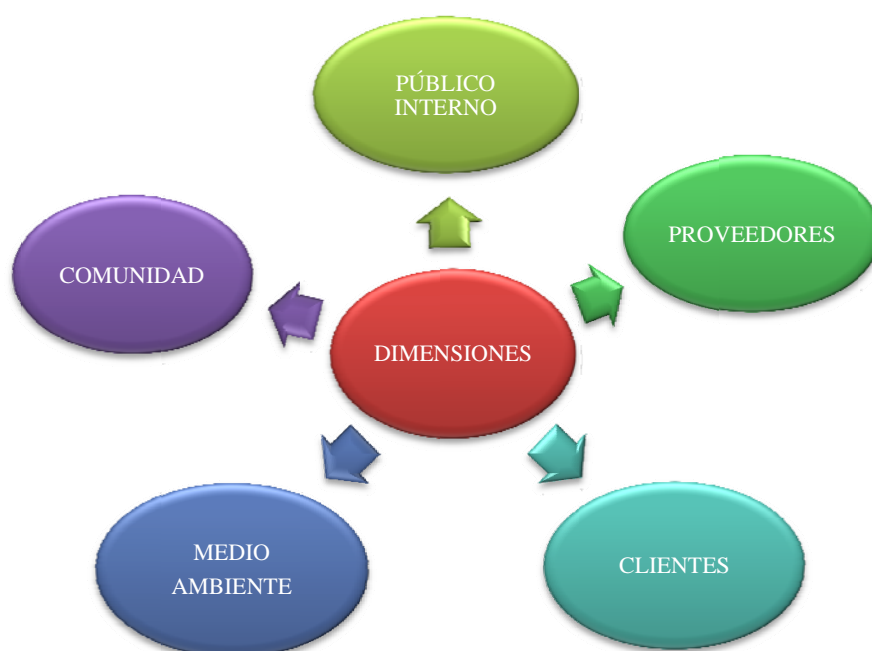


Gráfico 1. Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

A continuación se presentará la definición de cada dimensión así como las formas de implementar la RSE en ellas y como realizar el diagnostico de las empresas a partir de estas dimensiones.

5.7. PÚBLICO INTERNO

Este eje hace referencia al capital humano de la empresa definido por FORUM de la siguiente manera ***“Es el grupo de personas que conforman una institución y que están directamente vinculados a ella”***¹²

¹²<http://www.bayer-ca.com>



Esta dimensión pretende el crecimiento del potencial humano de la empresa y la búsqueda de las condiciones óptimas de los mismos, mediante la implementación de códigos, prácticas y políticas que definen la relación entre trabajador y empleador, y que estas vayan más allá de las regulaciones legales.

Para la implementación de prácticas de RSE en esta dimensión, las empresas deben realizar lo siguiente:

En Seguridad Laboral:

- Identificar los riesgos laborales que están relacionados con la seguridad del trabajador y elaborar un diagnóstico de la seguridad de sus instalaciones y operaciones.
- Elaborar un manual o reglamento de seguridad que contenga procedimientos, instrumentos y sanciones, y el mismo sea difundido a todos los miembros de la empresa.
- Realizar programas de capacitación para los empleados a cerca de los riesgos que existen en cada una de las áreas de la empresa.
- Realizar informes sobre accidentes de trabajo ocurrido, para generar conciencia en los empleados.
- Elaborar programas de reinserción de los trabajadores que han sufrido accidentes laborales, que permita el desarrollo de los mismos.

En Salud:

- Asegurar que la empresa proporcione ambientes físicos saludables y agradables para el trabajo, es decir por ejemplo que el lugar tenga la iluminación y espacio suficiente.



- Generar programas orientados a formas de vida saludable, como es la actividad física deportiva y la alimentación sana.
- Afiliar a todos los empleados de la empresa al IESS de acuerdo a como exige la ley.

En Capacitación del personal:

- Elaborar y desarrollar programas de capacitación que incentive al personal a mejorar su desempeño.
- Incorporar al personal en el desarrollo del diseño de programas de capacitación.
- Generar mecanismos que faciliten y promuevan al personal a participar en las capacitaciones, como por ejemplo comodidad de horarios y financiamiento total o parcial.
- Implementar sistemas de control para dar seguimiento a los distintos programas de capacitación.

En Contratación del personal:

- Elaborar un manual de políticas, normas y procedimientos para la contratación del personal.
- Realizar una difusión de las diferentes políticas de contratación a los miembros de la empresa.
- Establecer sistemas de promociones y planes de carrera de forma clara y transparente.
- Cumplir con las exigencias legales y laborales en cuanto a la prohibición de la incorporación de menores de edad a la empresa.



En Conciliación entre trabajo y familia:

- Cumplir con las disposiciones del código de trabajo en cuanto a horarios de trabajo, vacaciones, horas extras, permisos por maternidad, salud, etc.
- Realizar seguimientos del cumplimiento de metas de los trabajadores de manera que no tenga incidencias en su vida personal.
- Generar programas de participación de los trabajadores y sus familias.

Diversidad:

- Elaborar políticas de diversidad para prevenir la discriminación de los trabajadores.
- Incorporar personas discapacitadas a la empresa de acuerdo a lo exigido por la ley.
- Realizar mecanismos que prevean la discriminación del personal de la empresa.

En cuanto a Beneficios y Compensaciones:

- Elaborar una política en la cual describa todos los beneficios que la empresa otorga en los distintos ámbitos, esta tiene que ser clara en cuanto a los requisitos y formas de acceso a los mismos, además de las personas que están a cargo de gestionarlos.
- Difundir la política a través de boletines, reportes u otros medios que creyere conveniente.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

- Realizar el pago de remuneraciones justas a los empleados según las leyes que rigen en el país.
- Promover la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas.

a. Diagnóstico de la empresa en la dimensión de Público Interno que permite ver su grado de aplicación:

	Esto ha sido implementado en mi empresa			Si su respuesta es si. Especifique cómo implementa estos aspectos.
	SI	EN PARTE	NO	
SEGURIDAD LABORAL				
Se han identificado los riesgos laborales con respecto a la seguridad de los trabajadores.				
Se evalúa periódicamente los riesgos laborales en la empresa.				
Se ha elaborado un manual de seguridad laboral.				
Se realiza programas de capacitación a los trabajadores sobre los riesgos en seguridad de la empresa.				
Se informa sobre la cantidad de accidentes que han ocurrido en cada año.				
Se establecen programas de reinserción de los trabajadores que han sufrido un accidente.				
SALUD				
Cuenta con un ambiente agradable y saludable para trabajar.				
Promueve y exige hábitos saludables al interior de la empresa.				
Se implementan programas de salud que mejoren la calidad de vida de los trabajadores.				
Se encuentran todos los empleados afiliados al IESS de acuerdo a las exigencias legales				



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL				
Se diseñan programas de capacitación que permita la formación de todo el personal.				
Se involucra al personal en el diseño del programa de capacitación.				
Existen mecanismos para promover y facilitar el acceso a capacitación del personal.				
Se realizan seguimientos permanentes a la implementación de las capacitaciones.				
CONTRATACIÓN DE PERSONAL				
Existen políticas de contratación establecidas bajo principios transparentes e igualitarios.				
Las políticas de contratación son conocidas por todos los miembros de la empresa.				
Se cuenta con sistemas de promociones y planes de carrera claros y transparentes.				
Se cumple con la prohibición de contratar a menores de edad.				
CONCILIACIÓN ENTRE TRABAJO Y FAMILIA				
Se cumple con las exigencias legales en cuanto a horarios de trabajo, vacaciones y horas extras, además de los permisos exigidos por la ley como son: maternidad, salud, etc.				
Vela por que el cumplimiento de las metas laborales no interfiera con la vida personal de los trabajadores.				
Realiza programas en los que los trabajadores integran a sus familias.				
DIVERSIDAD				
Se tiene establecida una política basada en los principios de diversidad y no discriminación.				
Se cumple con la exigencia legal de la incorporación de personas con capacidades especiales a la empresa.				
Existen mecanismos orientados a				



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

prevenir la discriminación dentro de la empresa.				
BENEFICIOS Y COMPENSACIONES				
Cuenta con políticas claras de beneficios que describan todos los beneficios que otorga la empresa en distintos ámbitos.				
Informa a los miembros de la empresa acerca de los beneficios y tiene procedimientos claros para su acceso.				
Realiza el pago de remuneraciones justas al personal de acuerdo a las disposiciones legales gubernamentales.				

Sume sus respuestas afirmativas y ubique de acuerdo a la siguiente tabla cuál es su situación con respecto a la RSE y calcule el porcentaje obtenido.

RESPUESTAS	UBICACIÓN	%
12 – 27	EXCELENTE	
6 – 11	SATISFACTORIO	
1 - 5	NO SATISFACTORIO	
27	TOTAL	100%

- b. Elaboración de un plan de acción a partir de las debilidades identificadas en el diagnóstico, identificando las acciones o actividades que debo implementar para mejorar dichos aspectos.

SUBDIMENSIÓN	ACTIVIDAD	BENEFICIO ESPERADO
SEGURIDAD LABORAL	1. ... 2. ...	
SALUD	1. ... 2. ...	
CAPACITACIÓN DEL PERSONAL	1. ... 2. ...	
CONTRATACIÓN DEL PERSONAL	1. ... 2. ...	
CONCILIACIÓN ENTRE TRABAJO Y FAMILIA	1. ... 2. ...	
DIVERSIDAD	1. ... 2. ...	



5.8. PROVEEDORES

Considerando que los proveedores son personas o empresas que abastecen o proporcionan productos o servicios a la empresa para el desarrollo de sus actividades.

Esta dimensión pretende mantener relaciones a largo plazo promoviendo el compromiso activo de ambas partes, además que permita el desarrollo de las empresas proveedoras.

Para la implementación de prácticas de RSE en esta dimensión las empresas deben realizar lo siguiente:

En Desarrollo de proveedores:

- Elaborar un registro completo de todos los proveedores de la empresa.
- Establecer exigencias mínimas para la selección de los proveedores.
- Definir normas y procedimientos claros mediante las cuales se relaciona con los proveedores.
- Establecer políticas de pagos a los proveedores, es decir fijando fechas y plazos de pagos y que cada una de las transacciones sea debidamente documentada.
- Dar a conocer a los miembros de la empresa sobre las relaciones comerciales y sociales que se tiene con los proveedores.



- Desarrollar canales de comunicación que permitan tener un diálogo permanente con los proveedores para la elaboración de proyectos sociales.

En cuanto al Encadenamiento productivo:

- Realizar contratos con pequeñas y medianas empresas de la localidad.
- Establecer contacto con las empresas similares para establecer redes que promuevan del desarrollo económico y social.
- Realizar reuniones con los proveedores sobre la importancia de la implementación de la RSE.

En Aspectos Laborales:

- Establecer como requisito mínimo que los proveedores no trabajen con menores de edad ni generen formas de discriminación al personal.
 - Establecer a sus proveedores que brinden condiciones dignas al personal para generar un buen ambiente de trabajo.
 - Exigir a sus proveedores que cumplan con la legislación laboral.
- a. Diagnóstico de la empresa en el que se podrá medir el grado de aplicación de la dimensión de Proveedores.

	Esto ha sido implementado en mi empresa		
	SI	EN PARTE	NO
DESARROLLO DE PROVEEDORES			



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Mantiene un registro completo de todos los proveedores.				
Al momento de seleccionar un proveedor sabe si este cumple con todo el marco legal y tributario.				
Se informa a los proveedores los procedimientos y normas con las que usted trabaja.				
Se cuenta con políticas establecidas de pagos a los proveedores.				
Toda transacción realizada con sus proveedores es debidamente documentada, es decir cuenta con documentos de soporte.				
Se informa a los miembros de la empresa sobre la relación comercial y social que mantiene con sus proveedores.				
Se establecen canales de comunicación que garanticen un diálogo permanente con los proveedores para llevar a cabo proyectos (gestión ambiental, mejoramiento tecnológico, etc.) y para analizar y medir su grado de satisfacción				
ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO				
Se establecen contratos con proveedores de la localidad o cercanos geográficamente.				
Mantiene contratos con proveedores de pequeñas y medianas empresas.				
La empresa promueve la generación de redes de cooperación con empresas similares para obtener mayor desarrollo económico y social en la comunidad.				
Se realizan reuniones con sus proveedores para conocer sobre la implantación de RSE en sus empresas.				
ASPECTOS LABORALES				
Se tiene establecido requisitos mínimos de trabajo con sus proveedores, como por ejemplo: no tener trabajando a menores de edad, ni exista				



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

discriminación del personal.				
Conoce si sus proveedores brindan un buen ambiente de trabajo a sus empleados.				
La empresa exige a los proveedores que cumplan con lo establecido en el código de trabajo dentro de sus empresas.				

Sume sus respuestas afirmativas y ubique de acuerdo a la siguiente tabla cuál es su situación con respecto a la RSE y calcule el porcentaje obtenido.

RESPUESTAS	UBICACIÓN	%
10 – 14	EXCELENTE	
5 – 9	SATISFACTORIO	
1 – 4	NO SATISFACTORIO	
14	TOTAL	100%

- b. Desarrollar un plan de acción de acuerdo a que si se está implementando los diferentes puntos antes mencionados, es decir identificando debilidades y de esta forma diseñar actividades de una forma concreta y eficaz en los aspectos de cada componente para mejorarlos. Todo esto servirá para distinguir que acciones están implementadas adecuadamente y establecer metas u objetivos que les guíen al cumplimiento de estas acciones.

SUBDIMENSIÓN	ACTIVIDAD	BENEFICIO ESPERADO
DESARROLLO DE LOS PROVEEDORES	3. ... 4. ...	
ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO	3. ... 4. ...	
ASPECTOS LABORALES	3. ... 4. ...	



5.9. CLIENTES

La relación con los clientes representa una condición esencial para la sostenibilidad de las empresas a largo plazo, siendo aquellas personas que compran bienes o servicios.

Considerando que los clientes cada vez están más conscientes de sus derechos y están más informados, en esta dimensión se pretenderá incorporar prácticas, sistemas y políticas orientadas a mantener la fidelidad y bienestar del consumidor, estableciendo formas de comunicación que generen una retroalimentación constante y que permitan resolver conflictos, y mejorar tanto el proceso de producción como el producto final

Para la implementación de prácticas de RSE en esta dimensión las empresas deben realizar lo siguiente:

En la Satisfacción de los clientes:

- Realizar capacitaciones al personal sobre atención al cliente.
- Establecer canales de comunicación orientados a medir la satisfacción del cliente mediante cambio o reposición de productos defectuosos y recibiendo sugerencias, de esta forma se promueve la responsabilidad social.
- Implementar medidas correctivas y evaluando periódicamente los niveles de satisfacción en cuanto al servicio al cliente respecto la atención y calidad de productos y servicios ofrecidos por la empresa.
- Fomentar prácticas de consumo responsable en los clientes, es decir la adquisición de productos y servicios elaborados bajo



procedimientos ambientales adecuados o que tengan menor impacto ambiental.

En la Seguridad de los productos y servicios:

- Evaluar e investigar los posibles riesgos y efectos que tienen los productos y servicios que podrían ser perjudiciales para los consumidores y el medio ambiente.
- Elaborar estrategias de mejoramiento continuo para la elaboración de los productos y servicios, mediante investigación y desarrollo para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente, y de esta forma cumplan con las exigencias de los clientes.
- Obtener las distintas normas de calidad de acuerdo a sus buenas prácticas la elaboración de los productos y servicios, además de la atención al cliente.
- No utilizar sustancias o productos prohibidos por la ley.
- Informar de manera clara a los clientes sobre el correcto uso de los productos y los riesgos que tienen los mismos.

En Políticas de publicidad:

- El contenido de la publicidad debe ser clara y fácil de comprender, para evitar interpretaciones erróneas de los clientes en cuanto a los beneficios y usos que tienen los productos o servicio.
- Generar mecanismos de regulación interna con respecto a la publicidad de la empresa.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

- Realizar publicidad sin dañar a la competencia, es decir que promoviendo los valores empresariales y una competencia sana.

a. Diagnóstico de la empresa en la dimensión de Clientes:

	Esto ha sido implementado en mi empresa			Si su respuesta es si. Especifique cómo implementa estos aspectos.
	SI	EN PARTE	NO	
SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES				
Capacita a los trabajadores en cuanto a atención al cliente.				
Establece canales de comunicación y diálogo eficiente con los clientes con el fin de determinar los niveles de satisfacción, resolviendo reclamos y recibiendo sugerencias.				
Analiza periódicamente los niveles de satisfacción, reclamos y sugerencias de los clientes respecto a los productos o servicios. Implementa medidas correctivas.				
Establece un sistema orientado a la reposición o cambio de productos defectuosos.				
Fomenta prácticas de consumo responsable, dando a conocer la importancia del uso de productos realizados bajo procedimientos ambientalmente adecuados o que tengan menor impacto ambiental.				
Desarrolla un proceso de mejoramiento continuo de servicio de acuerdo a las necesidades y expectativas de los clientes.				
SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
Se asegura de que los productos o servicios no sean perjudiciales para los consumidores ni el medio ambiente. Evaluando posibles riesgos y efectos.				
Se cuenta con programas de				



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

mejoramiento continuo en los procesos de elaboración de los productos.				
Los productos y servicios cuentan con las normas exigidas por la ley (ISO 9000)				
Utiliza productos o sustancias prohibidas por la ley.				
Se informa de forma clara sobre el correcto uso de los productos y sobre sus riesgos.				
POLÍTICAS DE PUBLICIDAD				
Se publicita el producto o servicio con ética, objetividad evitando exagerar sus potencialidades y manifestando sus riesgos.				
Se generan mecanismos de regulación interna en cuanto a publicidad.				
Se realiza publicidad de forma responsable y ética que fomente una competencia sana.				

Sume sus respuestas afirmativas y ubique de acuerdo a la siguiente tabla cuál es su situación con respecto a la RSE y calcule el porcentaje obtenido.

RESPUESTAS	UBICACIÓN	%
10 - 14	EXCELENTE	
5 - 9	SATISFACTORIO	
1 - 4	NO SATISFACTORIO	
14	TOTAL	100%

- b. Elaboración de un plan de acción a partir de las falencias identificadas o acciones no implementadas, desarrollar actividades o plantear metas para la buena marcha de las empresas y así mejorar su imagen y mantener satisfechos a sus clientes.

SUBDIMENSIÓN	ACTIVIDAD	BENEFICIO ESPERADO
SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	5. ...	
	6. ...	
SEGURIDAD DE LOS PRODUCTO Y SERVICIOS	5. ...	
	6. ...	



POLÍTICAS DE PUBLICIDAD	5. ...	
	6. ...	

5.10. MEDIO AMBIENTE

En esta dimensión se establece el comportamiento que la empresa debe tener con respecto a la dar soluciones que aseguren el uso sostenible de los recursos naturales y en reducir al mínimo los impactos negativos de la empresa en el medio ambiente.

Tomando en cuenta que el medio ambiente hoy en día se lo esta considerando mucho más por la comunidad, en esta dimensión se pretende desarrollar la preocupación de las empresas por el impacto ambiental tanto positiva como negativamente que pueden causar las mismas, para de acuerdo a esto adoptar normas o políticas que permitan mejorar si estos impactos son negativos.

Para la implementación de prácticas de RSE en esta dimensión las empresas deben realizar lo siguiente:

En la Actitud proactiva frente a las exigencias medioambientales:

- Identificar los diferentes aspectos ambientales y sus posibles impactos.
- Establecer compromisos medioambientales que asumirá la empresa y darlos a conocer a los miembros de la empresa.
- Realizar convenios con instituciones estatales que se encargan del cuidado y protección del medio ambiente.



En las Prácticas ambientales:

- Elaborar prácticas de reciclaje dentro las oficinas o instalaciones de la empresa.
- Elaborar procesos correctivos para el impacto ambiental que genere la actividad de la empresa.
- Realizar programas conjuntos con clientes y proveedores para mejorar los procesos de gestión ambiental y los impactos ambientales.
- Implementar prácticas de reutilización de materias primas, y optimización de energía, agua y materiales.

En Gestión medioambiental:

- Elaborar políticas medioambientales de la empresa que incentiven el cuidado del medio ambiente.
- Investigar sobre normas medioambientales exigidas por organismos gubernamentales.
- Diseñar un plan de gestión ambiental que incorpore objetivos, actividades y sus respectivas evaluaciones que fundamenten su cumplimiento.
- Establecer convenios con instituciones especializada en el manejo apropiado de residuos peligrosos.

a. Diagnóstico de la empresa sobre prácticas en la dimensión del Medio Ambiente:

	Esto ha sido implementado en mi empresa			Si su respuesta es si. Especifique cómo implementa estos aspectos.
	SI	EN PARTE	NO	



ACTITUD PROACTIVA FRENTE A LAS EXIGENCIAS MEDIOAMBIENTALES				
Identifican los aspectos ambientales de la empresa y sus posibles impactos.				
Se ha elaborado principios de compromiso con el medio ambiente de manera escrita y es dada a conocer a todos los miembros de su empresa. (Como por ejemplo manejo adecuado de desechos y residuos, etc.)				
Realiza convenios con instituciones del estado que se encarguen de cuidar y proteger el medioambiente.				
PRÁCTICAS AMBIENTALES				
Se promueven prácticas de reciclaje al personal en las oficinas o demás instalaciones de la empresa.				
Se tiene definido procesos correctivos según el impacto ambiental que tiene la actividad que realiza la empresa.				
Desarrolla programas conjuntos con clientes y proveedores para mejorar los procesos de gestión ambiental y los impactos ambientales.				
Se cuenta con un plan de reutilización de materias primas, y evita el uso de productos tóxicos y prohibidos por la ley.				
El personal de su empresa participa en campañas de concientización del cuidado del medio ambiente.				
Implementa indicadores de uso de energía, agua y materia primas de la empresa.				
GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL				
Cuenta con políticas que incentiven al cuidado del medioambiente.				
Su empresa conoce sobre algún ordenamiento medioambiental impuesto por algún organismo gubernamental.				
Se ha diseñado un plan de gestión ambiental en donde se indique que objetivos se desea alcanzar, actividades				



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

a realizar y las respectivas evaluaciones que comprueben su cumplimiento.				
Establece convenios con empresas especializadas para el manejo apropiado de residuos peligrosos.				

Sume sus respuestas afirmativas y ubique de acuerdo a la siguiente tabla cuál es su situación con respecto a la RSE y calcule el porcentaje obtenido.

RESPUESTAS	UBICACIÓN	%
9 – 13	EXCELENTE	
4 – 8	SATISFACTORIO	
1 – 3	NO SATISFACTORIO	
13	TOTAL	100%

- b. Seguidamente se debe elaborar un plan estratégico mediante la identificación cada una de las debilidades que existen en esta dimensión de esta forma incorporar mecanismos que ayude a la reducción significativa de impactos medioambientales negativos que podrían suscitarse al momento de desarrollar el proceso de producción o comercialización.

SUBDIMENSIÓN	ACTIVIDAD	BENEFICIO ESPERADO
ACTITUD PROACTIVA FRENTE A LAS EXIGENCIAS MEDIOAMBIENTALES	7. ... 8. ...	
PRÁCTICAS AMBIENTALES	7. ... 8. ...	
SISTEMA DE GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL	7. ... 8. ...	

5.11. COMUNIDAD

Las empresas tienen la responsabilidad de contribuir al desarrollo de la comunidad en donde opera y en donde tiene intereses comerciales.



Una de las ventajas importantes de las empresas es la buena relación con la comunidad por lo que en esta dimensión se pretenderá ver como las empresas pueden contribuir al desarrollo y superación de la comunidad en donde opera y así mismo participar en el diseño de políticas estatales para ejecutar proyectos conjuntos con el gobierno local, para el desarrollo sostenible.

Para la implementación de prácticas de RSE en esta dimensión las empresas deben realizar lo siguiente:

- Identificar las diferentes necesidades que tiene la comunidad y desarrollar programas para aportar como empresa.
- Elaborar estrategias de relación y comunicación con la comunidad.
- Establecer acuerdos y compromisos con la comunidad para el bienestar y desarrollo.
- Realizar convenios con otras empresas para la elaboración y desarrollo de proyectos sociales.
- Involucrarse activamente en ejecuciones de proyectos sociales, mediante voluntariado corporativo.
- Identificar y minimizar los impactos negativos que genera la empresa hacia la comunidad.
- Informar a la comunidad sobre planes actuales y futuros a desarrollar.
- Realizar un sistema de seguimiento y evaluación de los aportes a la comunidad.



- a. Diagnóstico que permitirá medir el grado de aplicación en la empresa la dimensión Comunidad

	Esto ha sido implementado en mi empresa			Si su respuesta es si. Especifique cómo implementa estos aspectos.
	SI	EN PARTE	NO	
VINCULACIÓN Y COMPROMISO CON LA COMUNIDAD				
Se identifica las necesidades que tiene la comunidad y se determina en que se puede aportar como empresa.				
Se elabora estrategias de relación y comunicación con la comunidad.				
Se establecen acuerdos y compromisos para el bienestar comunitario y se evalúa la realización de los mismos.				
Se realizan alianzas con otras empresas o entidades locales para elaborar e implementar proyectos sociales.				
Realiza voluntariado corporativo, es decir apoya de alguna manera en la ejecución de proyectos sociales.				
Se contrata en la medida de las posibilidades a personas de la comunidad.				
Identifica y minimiza el impacto desfavorable que genera la acción de la empresa a la comunidad.				
Se informa permanentemente a la comunidad sobre planes actuales o futuros a desarrollar por parte de la empresa.				
Cuenta con un sistema de seguimiento y evaluación de los aportes a la comunidad.				



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Sume sus respuestas afirmativas y ubique de acuerdo a la siguiente tabla cuál es su situación con respecto a la RSE y calcule el porcentaje obtenido.

RESPUESTAS	UBICACIÓN	%
7 – 9	EXCELENTE	
4 – 6	SATISFACTORIO	
1 – 3	NO SATISFACTORIO	
9	TOTAL	100%

- b. A partir de las falencias identificadas en el diagnóstico elaborar acciones o actividades para implementar en las empresas para mejorar los distintos aspectos referentes a la dimensión Comunidad.

SUBDIMENSIÓN	ACTIVIDAD	BENEFICIO ESPERADO
VINCULACIÓN Y COMPROMISO CON LA COMUNIDAD	1. ... 2. ...	



CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

En este tema se abordan todas las áreas y actividades de la empresa, por lo que la importancia de este es enorme ya que es una nueva forma para analizar la empresa de manera integral. El desempeño en cada una de las dimensiones desarrolladas en este manual le permitirá a las empresas fortalecer su competitividad y contribuir de forma ética al desarrollo económico, social y ambiental.

Toda organización desea alcanzar el éxito, por lo que implementar prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en las pymes es un desafío que implica grandes esfuerzos pero sobre todo promete numerosos beneficios como reputación, competitividad, fidelización de los clientes, etc., considerando además que actualmente los ciudadanos poseen mayor información, exigiendo mayor transparencia, respeto por el medio ambiente, y un trato justo de las personas, ya de esta forma generará un aporte importante a la creación de desarrollo humano sustentable.

Según la Comisión Europea, “Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

Para la ejecución de este manual no implica necesariamente cambiar todas las actividades desarrolladas cotidianamente por cada empresa, sino gestionirlas considerando el impacto que éstas producen en la sociedad.



Para que su implantación sea real es necesario un cambio de mentalidad corporativa, así como el establecimiento de políticas que sean coherentes con el plan estratégico de cada organización, generando una cultura de valores dentro del grupo que la conforma.

6.2. RECOMENDACIONES

Al finalizar este estudio, se pueden formular las siguientes recomendaciones:

Primeramente las empresas deben sistematizar y formalizar sus políticas de gestión de RSE mediante la implantación de sistemas de gestión adecuados que garanticen la fijación de objetivos y la mejora de las actuaciones en su consecución ya que las Pymes de Latinoamérica no han desarrollado una estrategia de gestión de la RSE, ni tampoco una estrategia de comunicación sistematizada en la materia.

Definir un compromiso claro con la gerencia en relación a la RSE y comunicar de una forma concreta a todo el público interno de su empresa.

Involucrar activamente a todos sus empleados y grupos de interés relevantes (clientes, proveedores, medio ambiente y comunidad) en la definición e implementación de sus acciones de RSE en las diferentes áreas de su empresa. Se debe orientar primeramente las prácticas de RSE al público interno para luego enfocarse de una manera eficiente hacia los grupos externos de interés. Luego compartir sus experiencias con las demás empresas y mantenerse siempre informados de las mejores prácticas de RSE de su sector.

Seguir aprendiendo día a día sobre este tema para tener un mayor conocimiento de la cultura del entorno tanto interno como externo de las



pymes y para que las prácticas de RSE sean cada vez más cercanas a la realidad.

Es recomendable aplicar este modelo de RSE para conocer o diagnosticar como se encuentran las empresas en cuanto a implementación de prácticas de RSE, y como poder mejorarlas para ser una empresa sostenible y competitiva.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CHAVENATO, Idalberto, 2004, Comportamiento Organizacional, Editorial Edamsa S.A.
- GARCÍA S., Estela y VALENCIA V., María Lourdes, 2007, Planeación Estratégica, Primera Edición, Editorial Trillas.
- ROBBINS, Stephen, Comportamiento Organizacional, Octava Edición, Editorial Prentice Hall.
- Agencia Cuencana para el Desarrollo e Integración Regional (ACUDIR)
- Fundación AVINA
- <http://www.jussemper.org/Inicio/Recursos/Actividad%20Corporativa/libroverdedelaue.html>
- <http://www.globalstd.com>
- www.ethos.org.br
- www.redceres.org
- <http://www.ideinvestiga.com> (Informe 2008 Síntesis del Estudio sobre la situación de Responsabilidad Social en el Ecuador).
- <http://creecuador.com.ec>
- www.prohumana.cl
- <http://www.ambiente.gob.ec>
- <http://www.oei.es>



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ANEXO: DISEÑO DE TESIS

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“MANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE CUENCA”

Diseño de Trabajo de Grado previo a la obtención del título de:
INGENIERA COMERCIAL

Autores:

Mónica Margoth Guzmán Niveló

Sandra Lorena Peralta Zhucozhañay

Director:

Ing. Genaro Peña Cordero

CUENCA – ECUADOR

2012

Mónica Margoth Guzmán Niveló
Sandra Lorena Peralta Zhucozhañay



1. TITULO DE LA TESIS

“MANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE CUENCA”

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente para las pequeñas y medianas empresas la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial es un desafío, ya que de esta depende mucho su reputación, competitividad y los impactos económicos, sociales y ambientales.

La inclusión en la gestión de prácticas socialmente responsables inciden de forma positiva en el funcionamiento de la empresa aportando ventajas a nivel interno que se transformarán en beneficios a medio y largo plazo.

Siendo la Responsabilidad Social Empresarial un factor de gran incidencia en el desarrollo y crecimiento de las organizaciones, las mismas no cuentan con un manual de Responsabilidad Social Empresarial que le permita implantar estas prácticas y gestionarlas para obtener grandes y mejores resultados tanto económicos como sociales.

Una empresa puede estar equipada con los mejores recursos tecnológicos, con un capital y recursos humanos y financieros pero si no posee un buen enfoque sobre el compromiso con el desarrollo sostenible que demanda el mercado y la sociedad actual no podrá lograr competitividad global de la empresa.



3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar un manual de Responsabilidad Social Empresarial para las pequeñas y medianas empresas que les permita implementar prácticas de responsabilidad social y generar un aporte importante a la creación de desarrollo humano sustentable, obteniendo de esta forma numerosos beneficios empresariales.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar una propuesta para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas y medianas empresas.
- Recopilar información de los distintos modelos de Responsabilidad Social Empresarial ya existentes.
- Dar a conocer los distintos beneficios que brinda la Responsabilidad Social Empresarial.

4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Las razones que justifican el presente tema de investigación son:

Desde el punto de vista teórico, se justifica porque se desarrollarán conceptos fundamentales sobre la Responsabilidad Social Empresarial aplicables al desarrollo del manual, los cuales han sido utilizados durante el transcurso de nuestros estudios superiores los mismos que servirán para contrastar la teoría con la práctica.



Desde el punto de vista metodológico, la realización de este trabajo de investigación se justifica porque tanto los métodos como técnicas y procedimientos a utilizarse concuerdan con los más apropiados para realizar un manual de Responsabilidad Social Empresarial siendo este nuestro propósito de estudio.

Finalmente y desde el punto de vista operativo se justifica este trabajo puesto que la responsabilidad social y empresarial se ha de considerar como un elemento intrínseco a la razón de ser de las pequeñas y medianas empresas. Además de considerarla dentro de la planificación estratégica de las mismas, ha de llegar a convertirse en un aspecto consustancial a éstas, cuyos principios formen parte de su filosofía organizacional (misión, visión y valores), conformando su cultura empresarial y permitiendo construir empresas socialmente responsables.

5. ALCANCE

Este manual de Responsabilidad Social Empresarial servirá para la aplicación en las pequeñas y medianas empresas.

6. LIMITACIONES

Los únicos limitantes serían en el proceso de aplicación del manual en las distintas empresas ya que se tendría que realizar las respectivas adecuaciones de acuerdo a las actividades comerciales y operativas que tenga cada una de las empresas de la ciudad de Cuenca. Con respecto a la realización de este trabajo consideramos que no existen limitantes específicos para el desarrollo del mismo.



7. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de esta monografía se utilizará una investigación exploratoria basada en fuentes secundarias recurriendo a libros, revistas y páginas de internet para obtener datos e información relacionados con Responsabilidad Social Empresarial en las pymes, además se realizarán entrevistas con personas que conocen del tema, consiguiendo de esta forma resultados que puedan ser aplicados provechosamente en las Pymes de la ciudad de Cuenca.

8. MARCO TEÓRICO

- 8.1. Definición de Responsabilidad Social Empresarial.
- 8.2. ISO 26000 – 2010 Responsabilidad Social
- 8.3. Misión
- 8.4. Visión
- 8.5. Valores
- 8.6. Diversidad
- 8.7. Consumo Sustentable
- 8.8. Sostenibilidad o sustentabilidad

9. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

- 9.1. Contexto general de las pymes en la ciudad de Cuenca.
- 9.2. Importancia de la implementación de la RSE en las pymes.
- 9.3. Determinación de la misión, visión y valores de las empresas en torno a la RSE
- 9.4. Manual de implementación de RSE: dimensiones de la RSE
 - 9.4.1. Introducción



- 9.4.2. Público interno
- 9.4.3. Proveedores
- 9.4.4. Clientes
- 9.4.5. Medio ambiente
- 9.4.6. Comunidad